

Términos de referencia (TdR) para la adquisición de servicios: “CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR AGROECOLÓGICO EN 5 DEPARTAMENTOS DE BOLIVIA”

CONFIDENTIAL

1 Índice

I. Información general	1
II. Exigencias en relación con la oferta	¡Error! Marcador no definido.
1 Cualificación del personal ofrecido.....	6
1.1 Experto o experta:.....	6
1.1.1 Cualificación general	6
1.1.2 Experiencia regional / conocimientos del país	6
1.1.3 Conocimientos de idiomas:.....	6
2 Pautas para el cálculo	7
3 Concepción.....	8
III. Pautas sobre el formato de la oferta	9
IV. Facturación	9
V. Propiedad intelectual	9
VI. Confidencialidad	9

I. Información general

1. Información breve sobre el proyecto

El Programa ProResiliente, implementado por la GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit - GIZ) y cofinanciado por la Unión Europea, tiene como propósito fortalecer los procesos de transición agroecológica y la resiliencia climática en distintos niveles del sistema agroalimentario de la macrorregión Valles que abarca los departamentos de Tarija, Chuquisaca, Cochabamba y La Paz.

Su ejecución se realiza a través de cuatro componentes. El Componente 2 – Investigación y Difusión tiene como objetivo que los actores involucrados en la transformación agroecológica de Bolivia cuenten con las capacidades necesarias para tomar decisiones basadas en el conocimiento y proporcionar asesoría sobre agricultura sostenible.

Dentro de este Componente 2, uno de los procesos estratégicos es el de Desarrollo de Capacidades y Sensibilización, que incluye la actividad clave de sensibilización sobre el consumo saludable y consciente. Esta acción busca ampliar y consolidar la demanda de productos agroecológicos (que incluye ecológicos, orgánicos y/o en transición), contribuyendo así a mejorar las dietas de estos consumidores y fortalecer el desarrollo de la agricultura familiar.

2. Situación de partida

Como parte de su accionar, ProResiliente está trabajando para fortalecer el relacionamiento comercial entre asociaciones de productores con un aliado comercial

(privado o público) para fortalecer la cadena de valor¹ y mejorar el acceso al mercado para los productos y subproductos agroecológicos.

Adicionalmente, se están desarrollando procesos para mejorar aspectos de visibilización, certificación, trazabilidad y localización de la producción agroecológica, con actores tanto públicos como privados y de la sociedad civil en distintos niveles.

Si bien estas acciones tendrán un aporte fundamental para lograr mercados seguros y justos para este tipo de productos, se ha identificado la importancia de trabajar en campañas y actividades de sensibilización, concientización e información muy afinadas y adaptadas a las características de los distintos tipos y segmentos de consumidores. Con esta sensibilización se pretende generar mayor apropiación, identificación y fidelización de la demanda con respecto a los productos agroecológicos, aspecto que es también clave para consolidar y expandir la demanda de manera sostenible y orgánica.

En el país, varias instituciones, colectivos, activistas y voluntarios vienen trabajando arduamente durante años en la concientización del consumo.

Un paso clave para que este trabajo tenga un impacto efectivo, amplio y duradero, es conocer a cabalidad al consumidor agroecológico (actual y potencial). Es decir, qué aspectos influyen en sus decisiones de compra, más allá del precio (que muchas veces ni siquiera es diferente) y de conocer o no los beneficios nutricionales, ambientales, de salud, de los productos ecológicos, orgánicos, agroecológicos.

La finalidad es lograr un conocimiento cabal y profundo sobre los consumidores en diferentes segmentos (tanto en estratos socioeconómicos medios altos, como medios a bajos), que permita -tanto a ProResiliente como a los actores aliados señalados anteriormente- diseñar estrategias y campañas de concientización diferenciadas y bien adaptadas, de alta efectividad, impacto y trascendencia a nivel social. Con la intención de que esto coadyuve en incrementar y consolidar la demanda por estos productos (fortaleciendo el mercado para las familias productoras), pero también para democratizar el consumo de alimentos sanos.

En ese sentido, el **objetivo general** de la consultoría es:

- Desarrollar un estudio del perfil del consumidor agroecológico (actual y potencial) en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Chuquisaca, Tarija y Santa Cruz, que permita conocer los determinantes del consumo (o no consumo) de productos ecológicos-orgánicos-agroecológicos, en diferentes segmentos (niveles socioeconómicos medio alto y medio a bajo, ciudades capitales y provincias identificadas, género y generacional), que aterrice en una propuesta de lineamientos clave para el diseño de campañas de concientización y sensibilización adaptadas a contextos urbanos, periurbanos, provinciales.

Para ello, los **objetivos específicos** son:

- Mapear o identificar los principales mercados, centros o puntos de venta y consumo de productos orgánicos, ecológicos, agroecológicos en los cinco (5) departamentos mencionados.
- Elaborar una caracterización del consumidor agroecológico (actual y potencial) diferenciada para cada departamento y, al interior de estos, una diferenciación por

¹ ProResiliente ha priorizado el trabajo con 8 cadenas de valor: ají, maní, amaranto, tarwi, orégano, miel, durazno y uva. El fortalecimiento se trabaja a través de un mecanismo denominado Alianzas Comerciales Inclusivas (ACI).

tipología o segmento de consumidor según los hallazgos (nivel socioeconómico, procedencia geográfica y/o cultural, género y generacional).

- Diseñar participativamente una propuesta de lineamientos base que orienten el diseño de campañas de sensibilización y concientización adaptadas/adaptables a estas áreas geográficas y segmentos de consumo.
3. La comitente contrata al contratista durante el período de vigencia del contrato, previsiblemente comprendido entre el **03/10/2025 y el 31/03/2026** (50 días efectivos de trabajo)
 4. **El contratista prestará el siguiente servicio:**
 - A. **Mapeo/identificación de los principales mercados, centros o puntos de venta y consumo de productos orgánicos, ecológicos, agroecológicos en los 5 departamentos mencionados.**
 - a. Desarrollar una metodología adecuada a los objetivos de la consultoría y un plan detallado de trabajo del servicio.
 - b. Revisar fuentes secundarias y complementar, si hiciera falta, con información primaria, para identificar y mapear (con el uso de herramientas SIG) las más importantes ferias, puntos de venta, aplicaciones digitales, tiendas físicas u otros, donde se venden productos orgánicos, ecológicos, agroecológicos en cada departamento.
 - B. **Caracterización del consumidor agroecológico (actual y potencial) diferenciada para cada departamento y, al interior de estos, una diferenciación por tipología o segmento de consumidor según los hallazgos (nivel socioeconómico, procedencia geográfica y/o cultural, género y generacional, y/u otros factores encontrados).**
 - a. Revisión de fuentes secundarias para tener aproximaciones iniciales acerca de los consumidores agroecológicos en estos cinco departamentos y los puntos de venta correspondientes (en la medida en que exista la información).
 - b. Delimitar el público objetivo (tipos de consumidor o mercado, sub-localización, etc.) que formará parte del estudio en cada departamento, de manera que asegure la captura adecuada de la información relevante para la caracterización.
 - c. Definir la metodología y diseñar las herramientas e instrumentos de recolección y análisis de información para la caracterización del consumidor, en coordinación con ProResiliente (encuestas, entrevistas, **grupos focales**).
 - d. Aplicar los instrumentos y herramientas en campo (5 departamentos), y sistematizar la información. Se ha estimado el desarrollo de cinco (5) grupos focales de hasta 20 personas en las cinco ciudades capitales definidas (o 2 grupo focales de hasta 10 personas en cada departamento, según se defina tras la propuesta metodológica). Estos grupos focales serán de hasta 4 horas de duración, se debe cubrir la alimentación con un refrigerio a los participantes (ración sólida y líquida consistentes). Asimismo, considerar el material necesario para su adecuada realización.
 - e. **El/la consultor/a será responsable de toda la logística, organización y facilitación, por lo que los gastos (material de escritorio, material de**

trabajo/exposición, ploters, papelógrafos, alimentación y otros que vea necesario) para este producto/actividad deben ser contemplados en la propuesta económica.

- f. Aplicar los instrumentos y herramientas en campo (5 departamentos), y sistematizar la información. El/la consultor/a será responsable de toda la logística, organización y facilitación, por lo que los gastos para este producto/actividad deben ser contemplados en la propuesta económica.
- g. Elaborar y presentar el documento de caracterización del consumidor agroecológico [producto entregable].

Esta actividad implica viajes a los 5 departamentos para el levantamiento de la información primaria. Se propone el siguiente ruteo para este primer grupo de viajes.

Ruta	Días	Comentarios
Cochabamba - Sucre	5	Cinco días de trabajo efectivo en cada departamento para preparar y levantar entrevistas y grupos focales. Se prevé que, adicionalmente a los días de trabajo efectivos, el/la consultor/a se hospede el fin de semana en las ciudades visitadas, a fin de reducir costos por boletos aéreos. Los días de fin de semana no se contabilizan como días efectivos de trabajo (honorarios) pero sí puede contabilizar gastos de hospedaje y alimentación como parte del cálculo de costos.
Sucre - Santa Cruz	5	
Santa Cruz - Tarija	5	
Tarija - La Paz	5	
La Paz - Cochabamba	5	

C. Diseñar participativamente una propuesta de lineamientos base que orienten el diseño de campañas de sensibilización y concientización adaptadas/adaptables a estas áreas geográficas y segmentos de consumo.

- a. Diseñar talleres con actores clave en cada departamento, para recabar experiencias, puntos de vista, criterios, propuestas y otros insumos clave, apuntando a una estrategia para campañas de sensibilización y concientización del consumo consciente acorde con su realidad de intervención, usando una metodología participativa.
- b. Coordinar, convocar, implementar y facilitar los talleres, asegurando la adecuada participación y la calidad y pertinencia de la información levantada, además de sistematizar la información.

****La GIZ apoyará en los talleres con los materiales, gastos y aspectos administrativos, como ser: la gestión del espacio físico (contratación de salón), gastos de alimentación y otros gastos que surjan (referido a los participantes). Por ello, la propuesta económica no debe incluir este tipo de gastos.***

- c. Elaborar los documentos de lineamientos para la estrategia de sensibilización y concientización del consumo, diferenciados según departamento, segmento de consumidor y otros criterios o tipologías que permitan una adaptabilidad adecuada (tailor-made) de las estrategias.

Esta actividad también implica viajes a los 5 departamentos para el desarrollo de los talleres, pero implicará menos tiempo de trabajo que en la actividad anterior. Se propone el siguiente ruteo para este primer grupo de viajes.

Ruta	Días	Comentarios
Cochabamba - Sucre	2	Se prevé hasta 2 días de trabajo efectivo en cada departamento para preparar (día 1) desarrollar los talleres participativos (día 2). Se prevé que el/la consultor/a retorne el primer fin de semana a Cochabamba, ya que no es factible desarrollar talleres en fin de semana. Valga aclarar que los días que se trabajan en Cochabamba no son sujetos al costeo de gastos de hospedaje/alimentación por ser la ciudad base.
Sucre - Santa Cruz	2	
Santa Cruz - Cochabamba	0.5	
Cochabamba - Tarija	2	
Tarija - La Paz	2	
La Paz - Cochabamba	0.5	

Los productos o documentos de la consultoría serán revisados y validados los técnicos y serán presentados a la, coordinadora del programa ProResiliente. Se requerirá la aprobación de los documentos para proceder con el pago correspondiente.

Bajo estas consideraciones, los pagos se realizarán en función al siguiente detalle:

Hitos/obras parciales	Plazo/lugar/persona responsable	Criterios para la recepción
<p>A. Plan de trabajo: Documento que detalle el enfoque para la caracterización del consumidor, propuesta de cronograma, contenido y alcance, a partir de la cual se presente también la metodología propuesta para: seleccionar casos, levantar la información, el análisis de esta (tipologías de consumidor y sus características, determinantes de compra, cruces de información y profundización).</p> <p>Mapeo de mercados y puntos de venta de productos orgánicos, ecológicos, agroecológicos, en los cinco (5) departamentos.</p>	<p>10/10/2025 Cochabamba Consultor/a</p>	<p>Los documentos deben presentarse en formato editable: Word, Excel, PPT, etc.</p>
<p>B. Caracterización del consumidor agroecológico – Borrador completo: Documento de sistematización de la información levantada en campo, resultados y análisis que permita conocer en profundidad las características del consumidor en cada departamento. Este será un borrador completo del documento, que podrá ser retroalimentado, corregido, complementado, y que deberá ser presentado en limpio al final de la consultoría.</p>	<p>18/11/2025 Cochabamba, Consultor/a</p>	<p>Los documentos deben presentarse en formato editable: Word, Excel, PPT, etc.</p>
<p>C. Propuesta de lineamientos base para el diseño de campañas de sensibilización y concientización adaptadas/adaptables: Documento de sistematización y síntesis de los resultados de los talleres participativos desarrollados en cada departamento con actores clave.</p> <p>Caracterización del consumidor agroecológico – Documento final: Documento corregido, complementado, que incorpora la retroalimentación realizada por ProResiliente.</p>	<p>20/03/2026 Cochabamba, Consultor/a</p>	<p>Los documentos deben presentarse en formato editable: Word, Excel, PPT, etc.</p>

1 Cualificación del personal ofrecido

El/la consultor/a deberá ofrecer, sobre la base de su hoja de vida las competencias profesionales requeridas (cualificaciones) para el cumplimiento de las tareas.

Las cualificaciones mencionadas a continuación responden a los requisitos para alcanzar la máxima puntuación en la valoración técnica.

1.1 Experto o experta:

1.1.1 Cualificación general

- | | |
|--------------------------|---|
| Formación: | <ul style="list-style-type: none">- Formación básica a nivel licenciatura en ingeniería agronómica, recursos naturales, agroforestal, economía agraria o relacionados.- Postgrado o especialización en producción y/o comercialización de productos orgánicos, ecológicos o agroecológicos o agricultura regenerativa. |
| Experiencia profesional: | <ul style="list-style-type: none">- Experiencia general comprobada de diez (10) años en el ejercicio de su profesión.- Experiencia comprobada de participación en tres (3) investigaciones relacionadas a la producción, comercialización y/o consumo de productos orgánicos, ecológicos o agroecológicos. |

1.1.2 Experiencia regional / conocimientos del país

- Experiencia específica de cinco (5) años en extensión agrícola y asistencia técnica especializada en sistemas alimentarios agroecológicos, temas relacionados a sistemas de producción, comercialización y/o consumo en sistemas agroalimentarios y/o recursos naturales.
- Conocimiento en Sistemas de Información Geográfica (SIG), manejo de sistemas operativos relacionados.
- Conocimiento a profundidad de las organizaciones y colectivos (nacionales y regionales) de consumidores saludables o semejantes.
- Conocimiento de la normativa nacional y subnacional vigente referente a la producción agroecológica, ecológica y orgánica.
- Conocimiento y experiencia en levantamiento de datos primarios sobre consumo saludable.
- Conocimientos y experiencia en la interpretación y el uso de la investigación cualitativa y/o cuantitativa para desarrollar planes de sensibilización o desarrollo capacidades.
- Aplicación de metodologías participativas, redacción de documentos estratégicos y sistematización de información primaria y secundaria.

1.1.3 Conocimientos de idiomas:

Conocimientos fluidos del idioma español

2 Pautas para el cálculo

El servicio prevé el desarrollo de viajes oficiales a los departamentos de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Sucre y Tarija por un periodo de hasta 50 días. El detalle² se brinda a continuación:

Días de honorarios	Consultor/a	Núm. de días por experto/a	Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Labores analíticas, previas y posteriores / Ejecución 	1	50	
Gastos de viaje	Núm. de expertos/as	Núm. de días/noches por experto/a	Observaciones
Viáticos alimentación	1	34	<p>Considerar el cálculo de (desayuno, almuerzo, cena). El número de días incluye los 2 grupos de viaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viaje 1: Ruta para el levantamiento de entrevistas y grupos focales (5 días de trabajo en cada departamento, a lo que se suman los días de fin de semana) - Viaje 2: Ruta para la preparación y desarrollo de talleres participativos (hasta 2 días de trabajo en cada departamento). <p>No se incluye Cochabamba. Ver cuadros de la sección 4.B. y 4.C.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Viáticos por pernoctación 	1	36	<p>Noches de hospedaje. El número de noches incluye los 2 grupos de viaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viaje 1: Ruta para el levantamiento de entrevistas y grupos focales (noches de hospedaje que incluyen fin de semana, sin incluir Cochabamba). - Viaje 2: Ruta para el desarrollo de talleres participativos (hasta 2 noches por ciudad, sin incluir Cochabamba). <p>Ver cuadros de la sección 4.B. y 4.C.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gastos de viaje (transporte público terrestre) 	1	5	<p>Dependerá de los hallazgos del Producto 1 de la consultoría. Sin embargo, referencialmente se puede considerar el desplazamiento siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chuquisaca: Sucre, Sucre rural/periurbano. - Santa Cruz: Santa Cruz, Montero, La Guardia. - Tarija: Tarija periurbano, Tarija rural - La Paz: Achocalla, El Alto, La Paz. - Cochabamba: Aiquile, Sacaba, Tiquipaya, Cochabamba. -
<ul style="list-style-type: none"> • Gatos de trasporte Aerpuerto 	1	11	Transporte a aeropuertos de los 11 vuelos (ida y vuelta)
Vuelos	Núm. de expertos/as	Núm. de vuelos por experto/a	Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Vuelos internacionales 	No aplica	No aplica	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> • Vuelos nacionales 	1	11	El/la consultor/a deberá hacer una estimación detallada de este ítem.

² Esta propuesta es indicativa y debe ser ajustada y complementada por el/la consultor/a.

Otros gastos	Núm. de expertos/as	Cantidad por experto/a	Observaciones
<i>Grupos focales (5) Refrigerios: se tiene un estimado de hasta 100 refrigerios en 5 grupos focales (20 por grupo focal)</i>	1	5	<p>Como referencia, usar las tablas de las secciones 4.B. y 4.C. Con base en estas, se prevén 5 vuelos para el viaje 1 y 6 para el viaje 2.</p> <p>Se ha estimado el desarrollo de cinco (5) grupos focales de hasta 20 personas en las cinco ciudades capitales definidas (o 2 grupo focales de hasta 10 personas en cada departamento, según se defina tras la propuesta metodológica). Estos grupos focales serán de hasta 4 horas de duración, por ello se debe cubrir la alimentación con un refrigerio a los participantes (ración sólida y líquida consistentes). Asimismo, considerar el material necesario para su adecuada realización.</p> <p>*** A diferencia de estos grupos focales, cuyo costo debe incluirse en la propuesta económica, los gastos para talleres relacionados al Producto 3 (Propuesta de lineamientos base para el diseño de campañas de sensibilización y concientización), serán cubiertos por la GIZ, por lo que no deben incluirse en la propuesta económica.</p>

Para la realización de los cinco (5) talleres grandes para el producto 3, la GIZ asumirá los costos de espacios físicos, alimentación y otros referidos a los participantes. Por ello, estos costos no deben incluirse en la propuesta económica. El/la consultor/a deberá presupuestar solamente sus honorarios y gastos de viaje personales.

El consultor debe contemplar en su propuesta económica los gastos para materiales de escritorio y refrigerios necesarios para el desarrollo de las actividades de reuniones de cinco (5) grupos focales de hasta 20 personas en las cinco ciudades capitales definidas (o 2 grupo focales de hasta 10 personas en cada departamento, según se defina tras la propuesta metodológica, reuniones focales de hasta 4 horas de duración).

Calcule su oferta de precios exactamente sobre la base de las pautas para el cálculo mencionadas en la especificación de insumos citada más arriba. En virtud del contrato no se tiene derecho a agotar los días o presupuestos o realizar todos los viajes o talleres previstos. En el contrato mismo, el número de días / viajes / talleres o el importe de los presupuestos se acordarán como “**norma de valor máximo**”. Las pautas sobre la formación de precios están recogidas en la "Especificación de precios".

Para los viajes a las ciudades, áreas periurbanas y ciudades intermedias mencionados en el TdR son de carácter referencial, el consultor/a deberá definir si son pertinentes las poblaciones mencionadas o caso contrario deberá analizar otras alternativas para cumplir con el objetivo del estudio con base al producto uno de la consultoría, y deberá incluir en el cálculo del presupuesto.

3 Concepción

En la oferta se debe indicar cómo se alcanzarán las prestaciones mencionadas en el apartado I.4. Para ello hay que tener en cuenta los criterios siguientes:

- 3.1. **Comprensión adecuada de los objetivos, alcance y resultados** esperados del servicio: descripción de las actividades estratégicas y operativas que permitan alcanzar los resultados esperados de la consultoría.
- 3.2. **Metodología detallada de trabajo**, que evidencien cómo se desarrollará el trabajo y cómo se alcanzarán los objetivos general y específico de la consultoría.
- 3.3. **Cronograma detallado de actividades** (plan de trabajo), ajustado al cumplimiento de plazos e hitos. Especificar la cantidad de días que trabajará el consultor/a en gabinete y en campo.
- 3.4. **Valor agregado**: Enfoque propuesto para el estudio, que refleje el grado de riqueza y profundidad tanto de la información levantada como del análisis resultante para la caracterización del consumidor y para la propuesta estratégica de sensibilización. Este enfoque puede estar basado en experiencias y trabajos previos, así como en literatura y teoría específica.

II. Pautas sobre el formato de la oferta

El CV del consultor/a presentado no deberá constar de más de **seis (6)** páginas. La oferta conceptual (**propuesta técnica**) no podrá sobrepasar las **diez (10)** páginas. En caso de excederse uno de los números de páginas máximos establecidos, no se tendrán en cuenta para la evaluación los contenidos de las páginas que superen el límite.

III. Facturación

El/la consultora deberá necesariamente entregar la factura correspondiente por el total de cada pago percibido del costo de la consultoría adjunto al producto, emitida a nombre de GIZ, con Número de Identificación Tributaria NIT 99001.

IV. Propiedad intelectual

Los materiales producidos bajo los presentes Términos de Referencia, tales como diseños metodológicos, escritos, reportes, gráficos, fotografías, cintas magnéticas, programas de computación y demás son de propiedad exclusiva de la GIZ. Este derecho propietario continuará vigente aún después de la conclusión de la relación contractual de las partes.

El uso de estos por parte del(la) consultor(a) será posible únicamente con la autorización formal de GIZ.

V. Confidencialidad

El/La consultor/a deberá guardar confidencialidad sobre todo material que le sea entregado para el desempeño de su trabajo y que sea de propiedad del Programa de GIZ. De igual forma no podrá dar a dicho material otro uso que no sirva al cumplimiento de objetivos de la presente consultoría, salvo autorización explícita de la GIZ.

Nota.- La respuesta y participación a la presente, establece el pleno conocimiento por parte del consultor/a postulante de las obligaciones sociolaborales, y que da pleno cumplimiento a las mismas. Por lo que no se reconoce más allá de lo establecido en esta relación de carácter civil, siendo la normativa legal aplicable el Art. 732 y siguientes del código civil boliviano.